

Journalist mit zehn Jahren Berufserfahrung – vom nötigen Handwerkszeug und der Entwicklung eines eigenen Profils

Ralf Krauter, freier Journalist

Hallo zusammen. Vor ziemlich genau 10 Jahren hatte ich das Volontariat beim Deutschlandfunk fertig, dann kurz als Redakteur gearbeitet, auf einer befristeten Stelle, und stand dann vor der Situation: Wie kommst du jetzt zurecht? Ich wurde quasi ins Freien-Dasein reingeworfen und habe dann versucht, meinen Weg zu finden. Und die Idee ist, dass ich hier ein bisschen erzähle, wie man aus meiner Sicht im Hörfunk bis heute ganz gut überleben kann als Freier. Wir werden aber auch darüber sprechen müssen, dass die Dinge nicht mehr ganz so rosig sind, wie viele denken. „Beim Hörfunk ist doch alles noch super“, hört man oft von Printkollegen. Das stimmt leider nur noch eingeschränkt. Auch bei der ARD wird's langsam schwieriger und das Geld knapper. Wie schafft man's acht Jahre als Freier zu überleben? Darüber will ich sprechen, muss allerdings vorab erwähnen, dass ich jetzt seit 3 Monaten Redakteur bin. Aber da ich noch in der Probezeit bin, kann sich das alles auch ganz schnell wieder ändern.

Zum Einstieg die vier Thesen meines Vortrags.

These 1: Freie Journalisten haben bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern immer noch ziemlich gute Chancen. Man kann da gutes Geld verdienen – soviel, dass man durchaus auch eine Familie ernähren kann. Man muss allerdings bestimmte Voraussetzungen mitbringen, man muss seine Nische finden.

These 2: Die Rahmenbedingungen für Freie werden allmählich schlechter. Auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist nicht mehr alles Gold was glänzt, wie das früher vielleicht einmal war.

These 3: Die Stunde der Kreativen hat geschlagen. Der Hintergrund ist klar: Es geht aktuell darum, neue Wege zu finden, um attraktivere Programminhalte auf neue Endgeräte zu bringen. Ich war vor zwei Wochen auf der ‚Wissenswertes‘, einer Konferenz für Wissenschaftsjournalisten in Bremen. Und da wurden unter anderem zwei spannende Projekte präsentiert, die ich nachher kurz vorstellen möchte.

These 4: Die ARD-Programmmacher müssen Freie besser behandeln. Diese Forderung ist quasi der Brückenschlag zu meiner jetzigen Rolle als Redakteur, wo ich ja auch mit vielen Freien zu tun habe. Vorher war ich selber einer, jetzt sitze ich auf der anderen Seite des Schreibtisches und stelle fest: Man muss den Entscheidern in den Sendern ganz klar ins Gewissen reden. Wir müssen die freien Kollegen besser behandeln. Das wäre sozusagen mein Schlussplädoyer für diese Veranstaltung.

Warum bin ich 2004 freier Science-Reporter geworden? Weil ich es mir zutraute. Die Volontariate bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern sind super. Man wird

da bei weitem nicht so ausgebeutet, wie bei vielen Zeitungsvolontariaten. Ich kann es nur jedem empfehlen. Man hat eine tolle Ausbildung, ist prima aufgestellt, toll vernetzt, hat alles Mögliche gelernt, was man lernen kann. In meinem Fall hieß das nicht nur Radio. Ich war auch mal sechs Wochen beim Fernsehen, beim SWR in Baden-Baden, und vier Wochen bei der Welt in Berlin. Also, man ist gut ausgebildet, man hat Kontakte in die Hörfunksender. Das hilft natürlich, Beiträge abzusetzen. Was bei mir auch wichtig war: Ich hab kein allgemeines Volontariat gemacht, sondern von vornherein ein wissenschaftsjournalistisches. Und da ich Physik studiert hatte, wollte ich immer Geschichten aus der Wissenschaft erzählen. Insofern war dieser Fokus auf Wissenschaft von vornherein schon klar. Ich habe während des Volontariats schon mehrere Monate in der Deutschlandfunk-Redaktion „Forschung aktuell“ verbracht. Gerd Pasch, einer der Gründer, sitzt ja auch hier und hat mich damals als Volontär mit betreut.

Im Anschluss ans Volontariat hatte ich für drei Jahre eine befristete Redakteurstelle bei „Forschung aktuell“. Als die auslief, war ich gezwungen, Freier zu werden. Ich hatte aber auch Lust drauf, weil man dann ja, wenn man viel arbeitet, auch viel verdienen kann. Das fand ich durchaus attraktiv. Ich wollte unabhängig sein, eigenverantwortlich arbeiten. Und ich wollte vor allem eines: Interessante Geschichten erzählen.

Was ist jetzt aus all diesen Träumen und Plänen geworden, innerhalb der vergangenen acht Jahre?

Stichwort Geschichten erzählen: Das kann man im Hörfunk immer noch. Es gibt sogar noch Sender und Redaktionen, die auch mal Reisekosten bezahlen. Sodass man als Wissenschaftsjournalist wirklich in Labors fahren kann, man guckt Nobelpreisträgern über die Schulter und kann die Geschichten erzählen, die man erzählen möchte. Das ist toll. Und das ist das, was unheimlich Spaß macht an diesem Job: Man geht eigentlich jeden Abend schlauer ins Bett als man morgens aufgestanden ist. Das empfand ich immer als sehr befriedigend. Und mein großer Vorteil war: Ich hatte durch die enge Anbindung an die Redaktion „Forschung aktuell“ einen relativ sicheren Abnehmer für meine Beiträge – und konnte dann nebenbei eben auch noch andere Abnehmer im Hörfunk und Print bedienen.

Stichwort Unabhängigkeit: Man ist als Freier am Ende natürlich nie so unabhängig, wie man es gerne wäre. Man hat in der Regel ein oder zwei Redaktionen, für die man gerne und viel arbeitet. Und wenn es dort irgendeinen Personalwechsel gibt, kann's plötzlich richtig schwierig werden, wenn dann so eine wichtige Einnahmequelle ganz wegbricht oder mal der Hausseggen schief hängt. Man ist als Freier zwar sein eigener Chef, aber man ist letztlich auch abhängig von denen, die einem Aufträge erteilen.

Stichwort leistungsbezogenes Verdienst: Diese Erwartung hat sich voll erfüllt. Meine Geschäfte liefen so gut, dass ich immer eher zuviel als zuwenig zu tun hatte. Mit der Folge, dass ich sehr gut davon leben konnte.

Stichwort flexible Zeiteinteilung: Diese Erwartung erfüllte sich in der Praxis nur zum Teil. Freie arbeiten im Durchschnitt nicht weniger als Redakteure, sondern in aller Regel eher mehr. Und im Radio ist es so, dass die Freien vor allem dann am Start sind, wenn die Redakteure gerade nicht arbeiten wollen: An Feiertagen, Brückentagen und so weiter. Dann ist der freie Kollege gefragt.

Zusammengefasst: Welche Strategien führten im meinem Fall zum Erfolg?

Erfolgsrezept Nummer 1: Man muss einen klaren Fokus setzen. Und über Jahre beibehalten, weil man sich erst dann eine journalistische Reputation aufbauen kann. Wenn man dann noch einen Journalisten-Preis für seine Arbeit erhält, hilft das natürlich auch, als fähiger Autor wahrgenommen zu werden. Das bekommen in der Regel viele Leute mit und die wissen dann: „Krauter kennt sich ganz gut aus mit Thema xy - dann kaufen wir den doch mal ein.“

Erfolgsrezept Nummer 2: Man muss mehrere Standbeine haben. In meinem Fall war das eben öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Nicht nur der Deutschlandfunk, sondern auch WDR, SWR, ORF - alle, die Wissenschaftsformate haben. Überall dort habe ich dann eben mal angeklopft und die nach und nach davon überzeugt, doch auch mal ein Stück bei mir einzukaufen. Das klappt natürlich nicht immer, aber steter Tropfen höhlt den Stein.

Ich habe nebenher auch eine Zeit lang Print gemacht. Das Geschäft ist dann aber fast komplett eingebrochen, nachdem die deutsche Ausgabe der „Financial Times“ dicht gemacht hat. Die haben seinerzeit ordentlich bezahlt und man konnte da öfter mal eine Geschichte unterbringen, die im Radio schon gelaufen war. Solche Zweitverwertungen sind das A und O für den wirtschaftlichen Erfolg. Nach dem Ende der FTD habe ich dann kaum noch Print gemacht, weil mir die Konditionen zu unattraktiv waren.

Erfolgsrezept Nummer 3: Man muss Lust haben, Neues auszuprobieren. Sonst geht man unter, denn als Redakteur darf man alt werden, als Freier nicht. Man muss im Kopf immer jung bleiben und die neuesten Trends verfolgen. Für Radioreporter heißt das zum Beispiel: Man muss heute natürlich wissen, was eine Audio-Slideshow ist und am Besten auch schon mal eine gemacht haben - obwohl viele Redakteure das vielleicht noch gar nicht kennen.

Eine sehr hilfreiche Handreichung für die erfolgreiche Arbeit als freier Journalist stammt von Prof. Bernhard Pörksen, einem Medienwissenschaftler von der Uni Tü-

bingen. Der hat vor einigen Jahren 7 Strategien für freie Journalisten veröffentlicht – unter dem Titel „Kant für Freie“:

1. Finde Deine Rolle!
2. Erweitere Deinen Markt!
3. Kombiniere Image- und Honorarmedien!
4. Kreiere das Milieu, in dem Du selbst gerne arbeiten möchtest!
5. Agiere nachhaltig!
6. Experimentiere!
7. Erkläre Dich selbst zum Propheten!

Im Kern geht's dabei immer um die Frage: Wie werde ich selbst zur Marke? Und diese Ratschläge helfen dabei, den eigenen Weg zu finden. Nicht jeder muss jeden Punkt für sich nachvollziehen. Aber man sollte mal überlegen: Welchen dieser Aspekte kann ich für mich verwirklichen?

Finde Deine eine Rolle. Das heißt, sich selbst zu beantworten: Was will ich eigentlich machen? Wer ist meine Zielgruppe? Wo sind die Redaktionen, denen ich was bieten kann, was sonst keiner kann?

Erweitere Deinen Markt. Das heißt: Neue Auftraggeber suchen. Ich habe dann neben dem Journalismus zum Beispiel auch noch als Trainer gearbeitet und Journalisten und Pressesprecher ausgebildet.

Kombiniere Image, Medien und Honorarmedien. Ich hab zweimal einen Artikel für die „Zeit“ geschrieben. Das ist natürlich ein tolles Imagemedium, in dem viele gerne mal was veröffentlichen wollen. Mir ist das dann geglückt, aber ich habe vergessen, vorher nach dem Honorar zu fragen und war dann doch relativ ernüchtert. Einer meiner Artikel war der Aufmacher des „Zeit“-Wissensbuches, eineinhalb Seiten lang. Und ich bekam am Ende rund 700 Euro für schätzungsweise 10 Tage Arbeit. Gut fürs Image, schlecht fürs Konto. Deshalb braucht man eben Honorarmedien, um das abzufedern. Und das sind bis auf weiteres immer noch die ARD-Hörfunksender, weil zumindest die Informationsprogramme wie Deutschlandfunk, WDR 5 und SWR 2 im Bereich Wissenschaft doch ziemlich angemessen bezahlen.

Nachdem ich einiges über die immer noch guten Möglichkeiten freier Journalisten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk erzählt habe, kommen wir jetzt zu den Schattenseiten. Den meisten Freien geht es nicht wirklich gut. „Traumjob mit Armutsgarantie“, das war vor ein paar Jahren mal die Schlagzeile in einem Journalistenmagazin. Meine Erfahrung ist: Im Hörfunk kann man immer noch gut verdienen. Ich hab viele

freie Kollegen, die als Wissenschaftsjournalisten arbeiten und gut davon leben können. Klar ist aber auch: Die Medienkrise hinterlässt ihre Spuren. Überall wird gespart und die Freien kriegen das in der Regel als erste mit. Selbst bei den ARD-Anstalten wird die Kostenschraube angezogen und die Freien spüren das.

Woran haben die Freien im Einzelnen zu knabbern?

Lohndumping: Bei Print ist das nichts Neues, die Zeilenhonorare sind im freien Fall. Auf der Wissenschaftsjournalisten-Konferenz kürzlich in Bremen habe ich einen Kollegen von den ‚Freischreibern‘ getroffen, der für Imagemagazine wie „Brand 1“ Wirtschaftsgeschichten schreibt. „Brand 1“ ist ein Magazin, das offenbar wirklich gut bezahlt. Aber selbst solche Leute, die dort ihre Geschichten unterbringen, müssen nebenher PR oder Corporate Publishing machen. Die freien Printautoren können längst nicht mehr allein vom Journalismus leben. Im Hörfunk geht das gerade noch, es wird aber zunehmend schwieriger. Das hängt unter anderem damit zusammen, dass die tariflichen Honorarerhöhungen nicht immer direkt zu den Freien durchgereicht werden. Beim WDR etwa werden eben manchmal nur die Standardhonorare erhöht, nicht aber die übertariflichen Honorare, die vorher zum Teil gezahlt wurden. De facto bedeutet das eine schleichende Verschlechterung der Arbeitsbedingungen für Freie.

Was fast noch schlimmer ist: Die Aufträge für Freie werden weniger, weil die Redakteure weniger Geld zu verteilen haben. Und insbesondere die lukrativen Aufträge werden auch noch seltener. Lukrativ ist für den Hörfunk-Journalisten zum Beispiel immer das Kollegengespräch. Der Redakteur ruft an: „Kannst du uns in fünf Minuten was zur Situation in Fukushima erklären?“ Oder zu den Rettungsarbeiten nach dem Wirbelsturm auf den Philippinen. Früher war das der klassische Beritt von Fachjournalisten, die ihr Thema über Jahre beackert hatten und die dann sagen konnten: Ich bin Experte für Kernenergie, ich erkläre euch mal, was mit den Brennstäben in Fukushima gerade wirklich los ist.

Was man zurzeit beobachten kann, ist dass diese Kollegengespräche, für die man früher den freien Fachjournalisten einkaufte, immer öfter von Redakteuren übernommen werden. Das passiert immer öfter und jeder Freie kann ein Lied davon singen. Die schnellen Einsätze, Anruf aus der Redaktion, „komm‘ mal kurz vorbei und verdiene mit einem 5-Minuten-Livegespräch 200 Euro“, die gibt's kaum noch. Für viele Freie ist das schlimm, weil sie ihre Brötchen jetzt saurer verdienen müssen.

Was könnte man ändern, um diese Abwärtsspirale zu stoppen?

Wahnsinnig neue Rezepte habe ich da auch nicht. Es ist ja auch schon viel zum Thema gesagt worden. Ich persönlich wundere mich aber zum Beispiel immer wieder, warum so viele Freie keine eigene Webseite haben. Wenn ich mich selber vermarkten will, dann ist das doch heute so einfach wie nie zuvor. Man muss sich nur mal eine

Woche hinsetzen und ruckzuck hat man eine super Visitenkarte im Netz. Trotzdem gibt's immer noch viele freie Journalisten, die so was nicht haben. Ich weiß nicht, ob man unbedingt bei Facebook sein muss. Ich bin dort, aber dafür nicht bei Google+. Entscheidend finde ich allerdings, dass man irgendwo dabei ist. Denn letztlich zeigt man durch seine Präsenz auf solchen Plattformen, dass man mitspielt und mitkriegt: Was passiert eigentlich da in der Welt der Medien?

Soundcloud, Youtube - es gibt gerade für Hörfunk-Journalisten eine Menge interessanter Plattformen, wo man seine Arbeitsproben hochladen kann und einfach dann einen Link an seine Follower rausschicken: „Hey, hört mal mein neuestes Stück an.“ Das hilft natürlich auch, eine Marke aufzubauen – aber viele nutzen das bisher gar nicht.

Was können Freie sonst noch besser machen?

Es gibt viele Recherche-Stipendien, gerade auch im Bereich Wissenschaftsjournalismus, die viel zu selten angezapft werden. Dabei bieten die einmalige Chancen. Ich habe zum Beispiel mal ein Recherchestipendium von American Council on Germany bekommen. Mit dem Geld von denen durfte ich dann vier Wochen lang durch das Silicon Valley fahren. Ich habe mir dort Startup-Firmen zum Thema Clean-Tech und Erneuerbare Energien angeschaut. Damals, 2008, als Obama gerade gewählt worden war, gab's da eine regelrechte Aufbruchsstimmung in der Branche. Ich habe während der vier Wochen in Kalifornien soviel Material gesammelt, dass ich danach fast vier Monate brauchte, um das alles abzuarbeiten. Ich habe erst eine Sendereihe daraus gestrickt, für „Forschung aktuell“ im Deutschlandfunk. Dann eine dreistündige Reisereportage für die Sendung „Lange Nacht“ und mehrere Features über Elektroautos, die im DLF und SWR gelaufen sind.

Will heißen: Mit solchen Recherchestipendien kann man sich einen Wissensvorsprung erarbeiten, den man dann mit einer cleveren Vermarktungskette fast ein halbes Jahr lang ausschachten kann. Und obwohl das so ist, kommen nur relativ wenige auf die Idee, das zu machen. Natürlich ist es auch aufwendig, an diese Stipendien ranzukommen. Aber es lohnt sich trotzdem. Für mich war es hilfreich, um klar zu machen: Krauter kennt sich aus mit Erneuerbaren Energien. Dieses Image hat mir in der Folge viele Aufträge eingebracht.

Ein weiterer Tipp für die Praxis: Besser vernetzen. Ich denke, auch da ist noch vieles drin. Es gibt heute tolle Plattformen, wie ‚Freischreiber‘, ‚Netzwerk Recherche‘ und die ‚Wissenschaftspressekonferenz‘. Das sind alles Anlaufstellen, wo man sich viele Tipps abholen kann von alten Hasen: Wie handelt man Honorare aus? Wie tritt man neuen Auftraggebern gegenüber auf? Ich kann nur raten, sich da kundig zu machen und diese Angebote zu nutzen.

Jetzt zu Eingangsthese 3: Die Stunde der Kreativen hat geschlagen. Die Medien sind in der Krise und die Frage ist: Wie kommen wir da raus? Ich möchte zwei spannende Projekte vorstellen, von denen ich kürzlich in Bremen gehört habe, auf der „Wissenswerte“.

Der Wissenschaftsjournalist Jan-Oliver Löffken hat über die Plattform Krautreporter eine Crowdfunding-Initiative gestartet und sich selbst eine Recherchereise finanziert zu den Standorten der Energiewende in Deutschland. Er wollte als Printreporter endlich mal nicht nur am Telefon recherchieren, sondern selbst dahin fahren, wo wirklich was passiert: Zu den Elektrizitätswerken, zu den Netzbetreibern und so weiter. Das Projekt läuft gerade und Jan-Oliver Löffken hat's sogar geschafft, noch Stiftungsgelder von der Bosch-Stiftung einzuwerben, um seine Arbeitszeit während der Recherchen auch bezahlt zu bekommen. Das heißt, für ihn geht das Projekt, wie es aussieht, erst mal Null zu Null auf. Und seine Idee ist, sich damit als Energie-Reporter zu etablieren. Seine Beiträge werden online gestellt, er verkauft ein paar an „Spiegel online“ und wird so quasi wahrnehmbar als Marke. Energie-Reporter? Das ist Jan Oliver Löffken. So zumindest sein Ziel. Ob's klappt? Ich drücke die Daumen.

Ein anderes spannendes Projekt, gestartet von zwei Gescheiterten, die ihre Firma deswegen auch „Fail Better Media GmbH“ genannt haben: Georg Dahm, Denis Dilba, beide Redakteure beim deutschen „New Scientist“, der nach fünf Monaten wieder eingestampft wurde. Die beiden haben sich gesagt: Machen wir selber mal das, was man eigentlich schon lange hätte machen müssen, was die Verlage aber versäumt haben: ein appbasiertes Wissensmagazin, das all diese Möglichkeiten, die das Internet bietet, endlich mal nutzt, indem es multimedial, mit Bildern, mit Filmen, mit Audios spielt. All das wollen die machen. Ob's klappt ist noch unklar, sie versuchen gerade über Crowdfunding ihre Anschubfinanzierung zu sichern. Geplanter Start ist Februar 2014. Ein sehr spannendes Projekt, das man im Auge behalten sollte.

Zuletzt noch das Beispiel des Bloggers Florian Freistetter, der unter Wissenschaftsjournalisten inzwischen recht bekannt ist. Angefangen hat er mit einem Blog über Astrophysik, das eine Menge Follower zog. Und den Schub seiner Internet-Gefolgschaft hat er dann genutzt, um Sachbuchautor zu werden. Inzwischen schreibt Freistetter für renommierte Verlage und ist als Quereinsteiger sehr erfolgreich. Irgendwann hat sogar die Fraunhofer-Gesellschaft erkannt, dass es sich ja lohnt, so einen Wissenschaftsblogger zu haben – und hat ihn beschäftigt.

Die kritische Frage, die ich zum Schluss gerne stellen würde, liegt auf der Hand: Sind all diese Modelle, die ich gerade vorgestellt habe, wirklich die Zukunft des Journalismus? Meine Antwort lautet: Wenn überhaupt, dann sind sie nur ein kleiner Teil davon. Crowdfunding wird immer ein Nischenphänomen bleiben, das ist meine Überzeugung. Wer was anderes glaubt, macht sich was vor. Die Stiftungen, die zum Teil antreten - die Bosch Stiftung zum Beispiel, die den Energiereporter sponsert -

weil sie die Projekte interessant findet, die sehen sich immer nur als Anschubfinanzierer. Es mag zwar Diskussionen geben, ob die irgendwann auch langfristige Engagements übernehmen, aber ich bin mir nicht sicher, ob das passieren wird. Das heißt: Letztlich geht's bei diesen Initiativen um Leuchtturmprojekte, die man einmal anleiern kann, um sich selber zu etablieren, um einen Markt zu erschließen. Aber für die breite Masse der Autoren ist das sicher nicht die Antwort auf die Krise des Journalismus.

Solide Geschäftsmodelle online sind immer noch verzweifelt gesucht. Unheimlich viele Leute bloggen, machen Podcasts und sonst was. Aber ich kenne keinen, der damit soviel Geld verdient, dass er davon leben könnte. Das heißt, wenn man zu viel Zeit auf diese Aktivitäten verwendet, besteht die Gefahr, dass die eigentliche Arbeit eines Journalisten zu kurz kommt.

Ganz zum Schluss noch ein Appell. Weil es die Freien nicht wirklich leicht haben, sich richtig aufzustellen, weil man viel Energie braucht, um so ein Leuchtturmprojekt anzuleiern, ein Recherchestipendium an Land zu ziehen und wirklich was auf die Beine zu stellen – weil das alles so ist, brauchen die Freien mehr Unterstützung. Und jetzt springe ich sozusagen auf die andere Seite des Schreibtisches und spreche aus der Warte des Redakteurs. Wer diese freien Journalisten als Fachautoren haben will, die Kompetenz haben auf bestimmten Gebieten, der muss sie pflegen. Wenn man die nur alle sechs Monate mal anruft, sind sie irgendwann nicht mehr da. Und wehe, wenn dem Redakteur dann plötzlich einfällt: Wir bräuchten doch einen Experten, der sich auskennt mit Computerviren oder mit den Hackerangriffen auf die Server von Google. Die Fachautoren, die Bescheid wissen, können nur überleben, wenn man sie regelmäßig beschäftigt. Aber das ist zunehmend weniger der Fall.

Ich hab die Gründe teils schon genannt: Redakteure übernehmen das schnelle Kollegengespräch immer öfter selbst. Die drucken sich drei Agenturmeldungen aus und sind dann plötzlich Experte für ein bestimmtes Gebiet. Das passiert regelmäßig, nicht nur mir, sondern auch anderen Kollegen. Ein besonders ärgerlicher Fall aus meiner Erfahrung: Ich hatte für einen großen Regionalsender in NRW ein Feature über die Jagd nach dem Higgs-Teilchen gemacht. Das Stück war aber noch vor der Entdeckung des Higgs-Teilchens gelaufen. Und als sich dann die Hinweise allmählich verdichteten, dass Forscher am CERN dieses Teilchen wirklich gefunden haben, rief halt irgendwann der Redakteur an und sagte: Ralf, erklär mir doch mal kurz, wie sicher man sich jetzt schon sein kann und was der aktuelle Stand ist. Der hatte gerade mein Feature nochmal durchgelesen und sollte ein paar Minuten später auf irgendeiner Welle live auf Sendung gehen. Doch ich war der Fachautor. Und eigentlich wäre es fair gewesen, er hätte nicht nur mein Wissen abgesaugt, sondern mich für das Kollegengespräch ins Rennen geschickt. Das passiert heute leider sehr häufig nicht mehr.



Im Deutschlandfunk hatte ich kürzlich auch so einen Fall. Wir hatten einen fertigen Beitrag zur Halbzeitbilanz der Marssonde Curiosity im Speicher. Der Zeitfunk fand das Thema auch spannend und fragte an, ob ich nicht schnell ins Studio kommen könnte und was darüber erzählen. Ich habe das dann nicht gemacht, sondern denen erklärt, dass wir den Beitrag eines freien Autors anbieten können, der sich seit zwei Jahren mit wenig anderem als dieser Mars-Mission beschäftigt hat. Nach längerer Diskussion haben die Kollegen dessen Stück dann gespielt. Das Problem ist: Die haben immer seltener die Finanzmittel fürs Einkaufen solcher Fachautoren.

Das Team der Deutschlandfunk-Frühsendung „Information am Morgen“ etwa, die vier Stunden dauert, darf in der Regel nur einen einzigen Beitrag einkaufen. Der Rest sind Übernahmen, Korrespondentenberichte, Interviews. Das heißt, der Kostendruck ist schon relativ hoch. Und das bekommen Freie zu spüren, die früher diese Formate beliefern konnten.

Deswegen mein Plädoyer: Wir sollten diese Entwicklung aufhalten. Wenn wir Fachautoren nicht konsequent fördern und unterstützen, sind sie irgendwann weg und werden dann auch nicht wiederkommen. Was dann droht, ist eine schleichende Verflachung der Programme. Ich fürchte, die hat schon begonnen und es hat nur noch keiner von den Programmmachern gemerkt. Ich glaube Feste und Freie sollten zusammenarbeiten, um das zu verhindern. Letztlich haben wir alle ein gemeinsames Interesse: Wir wollen einfach gutes, hochqualitatives Radio machen.